



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

1. Información básica del proyecto

Código Proyecto SOFIA:	3182758	Código del Programa SOFIA:	124101	Versión del Programa:	1	Fichas asociadas:	2
1.1 Centro de Formación:	CENTRO DE LA INDUSTRIA, LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS		1.2 Regional:		REGIONAL HUILA		
1.3 Nombre del proyecto:	ESTRUCTURACIÓN DE PLAN DE MERCADEO PARA MIPYMES DE LA CIUDAD DE NEIVA						
1.4 Programa de Formación al que da respuesta:	DESARROLLO DE PROCESOS DE MERCADEO						
1.5 Tiempo estimado de ejecución del proyecto (meses):	27						
1.6 Empresas o instituciones que participan en su formulación o financiación: (si Existe)	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA						
1.7 Palabras claves de búsqueda:	Mercadeo, Marketing, Productos, Servicios, Clientes, Segmentación, Consumidor, Investigación, Merchandising, Comunicación, Distribución, Precio						
1.8 Número total de resultados de aprendizaje del programa de formación:	64	1.9 Número de resultados de aprendizaje por tipo de competencia	1.9.1 Número de resultados de aprendizaje específicos que se alcanzan con el proyecto:				63
			1.9.2 Número de resultados de aprendizaje transversales que se alcanzan con el proyecto:				0
			1.9.3 Número de resultados de aprendizaje básicos que se alcanzan con el proyecto:				1

2. Estructura del proyecto

2.1 Planteamiento del problema o necesidad que se pretende solucionar

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) se enfrentan a desafíos significativos en materia de gestión comercial debido a la escasez de recursos y a la falta de estructuras organizacionales sólidas. Como consecuencia, muchas MIPYMES carecen de una planificación estratégica de marketing formal, lo que limita su capacidad para adaptarse a un entorno empresarial cada vez más competitivo.

Según García y López (2022)¹, la ausencia de sistemas de planificación de marketing en las MIPYMES se traduce en esfuerzos dispersos y poco eficientes, ya que estas empresas suelen desconocer a profundidad las dinámicas del mercado, como las necesidades de los clientes, el comportamiento de la competencia y las tendencias del sector. Esta falta de conocimiento dificulta la formulación de objetivos y estrategias claras y concisas, lo que impide que las MIPYMES ofrezcan productos y servicios que satisfagan las demandas del mercado de manera efectiva.



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

Además, como señalan Martínez y Pérez (2023)², muchos emprendedores son reacios a invertir en herramientas y técnicas de marketing sofisticadas, ya que no perciben un retorno inmediato de la inversión. En lugar de ello, optan por métodos de prueba y error, lo que puede resultar costoso y arriesgado a largo plazo.

Pregunta del Problema:

¿Cómo implementar una planificación estratégica en mercadeo de productos y servicios, sólido y adaptado a las características de las MIPYMES para potenciar su crecimiento y competitividad en un mercado dinámico y cambiante?

2.2 Justificación del proyecto

Las MIPYMES de Neiva enfrentan serios desafíos en la implementación de una planeación estratégica de mercadeo debido a la falta de infraestructura adecuada y de recursos técnicos, humanos y financieros. Aunque son fundamentales para la economía local y nacional, muchas de estas empresas carecen de un enfoque estructurado que les permita alinear sus estrategias de mercadeo con las necesidades y características específicas de su mercado objetivo. Este proyecto formativo busca capacitar a las MIPYMES en planeación estratégica de mercadeo, asegurando que los recursos invertidos en sus actividades comerciales generen resultados positivos en términos de crecimiento y posicionamiento.

Neiva es un importante centro económico regional, y las MIPYMES de la ciudad, según datos del DANE y Confecámaras (2023), contribuyen aproximadamente con el 67% del empleo y el 28% del PIB nacional. Estas empresas son claves para el desarrollo socioeconómico del país, pero suelen adoptar enfoques de mercadeo genéricos que no se ajustan a su realidad particular, lo que genera ineficiencias y pérdidas. Para abordar esta situación, el proyecto propone un enfoque adaptado a la realidad de las MIPYMES de Neiva, ayudándolas a identificar y ajustar variables clave en sus planes de mercadeo para que se adapten mejor a sus características organizacionales y al mercado local.

A través del proyecto formativo a desarrollar en el SENA, se busca que las MIPYMES implementen programas de investigación de mercados, estrategias de producto, precio, promoción y distribución, lo que les permitirá alcanzar resultados sostenibles en el corto, mediano y largo plazo. El proyecto también tiene como objetivo fortalecer el área comercial de estas empresas para mejorar su competitividad y garantizar su papel como motor de crecimiento económico en la región.

El éxito de este proyecto radica en capacitar a los empresarios en la importancia de asignar recursos estratégicos a la planeación de mercadeo, eliminando la dependencia de métodos basados en el ensayo y error. Con un plan de mercadeo estructurado y adaptado a sus capacidades, las MIPYMES podrán mejorar su desempeño, contribuir al robustecimiento del sistema productivo regional y continuar siendo un pilar del desarrollo económico local y nacional.

2.3 Objetivo general

Estructurar un plan de mercadeo para Mipymes de la ciudad de Neiva que le permita aumentar participación en el mercado y posicionarse en el mismo.

2.4 Objetivos específicos

*Investigar la competencia, las dinámicas del sector y las necesidades de los clientes respecto a los productos y servicios de las MIPYMES.

* Investigar el mercado utilizando técnicas de que le permitan identificar la competencia, las dinámicas del sector productivo, las necesidades y expectativas de los clientes, en relación con los productos y servicios ofrecidos por las MIPYMES.

* Formular estrategias de mercadeo acorde con los segmentos de mercado, los productos y/o servicios ofrecidos, y los objetivos estratégicos de la organización

* Implementar un programa piloto del Plan de Mercadeo en una muestra representativa del segmento de mercado definido

* Analizar los resultados obtenidos del programa piloto para identificar fortalezas y debilidades en la ejecución, para extender la estrategia a las MIPYMES.

2.5 Alcance

2.5.1 Beneficiarios del proyecto

1. Aprendices del programa de formación Tecnólogos en Desarrollo de Procesos de Mercadeo. 2. Empresas del sector productivo. 3. Empresarios. 4. Consumidores o usuarios. 5. Comunidad. 6. Estado



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

2.5.2 Impacto

Social:	Impacto social significativo al fortalecer la capacidad emprendedora de los aprendices. Al proporcionarles herramientas y conocimientos prácticos en mercadeo, se fomenta la creación de nuevas formas de trabajo independiente, lo que contribuye a mejorar sus condiciones de vida y las de sus familias. Este enfoque no solo permite a los aprendices establecer sus propios emprendimientos, sino que también les brinda la oportunidad de vincularse a empresas que reconozcan su experiencia adquirida a través del programa, generando condiciones laborales favorables y sostenibles.
Económico:	Promover el incremento de la rentabilidad de las MIPYMES que implementan planes de mercadeo efectivos. A través de la capacitación en estrategias de mercadeo, las empresas participantes aprenderán a identificar y atender de manera más precisa las necesidades de sus clientes, lo que resultará en un aumento en las ventas y en la satisfacción del consumidor. La implementación de estos planes permitirá a las MIPYMES alcanzar un mayor equilibrio en sus condiciones laborales, al optimizar sus recursos y mejorar su eficiencia operativa. Además, la promoción de funciones especializadas en el área de mercadeo fomentará la creación de nuevos empleos y la formalización de puestos de trabajo, contribuyendo a la estabilidad laboral y a la mejora de las condiciones económicas de los empleados.
Ambiental:	Sensibilizar a los empresarios sobre la importancia de integrar criterios ambientales en la planificación de sus actividades de mercadeo, promoviendo el desarrollo de productos y servicios que no solo sean rentables, sino también respetuosos con el medio ambiente. Al alentar la adopción de prácticas sostenibles, como la reducción de residuos, el uso eficiente de la energía y la implementación de procesos de producción más limpios, se contribuirá a la conservación de los recursos naturales y a la disminución de la huella ecológica de las empresas.
Tecnológico:	Promover la implementación de nuevas tecnologías en las actividades empresariales. A través de la capacitación especializada, los aprendices y empleados de las MIPYMES adquirirán habilidades y conocimientos en herramientas tecnológicas avanzadas que son esenciales para optimizar procesos y mejorar la eficiencia operativa. La incorporación de tecnologías modernas en el área de mercadeo permitirá a las MIPYMES adaptarse a las exigencias de un mercado globalizado, facilitando el análisis de datos, la segmentación de clientes y la gestión de campañas publicitarias más efectivas. Este enfoque no solo mejora la competitividad de las empresas, sino que también les permite alinear sus operaciones con su objeto social, asegurando que la tecnología utilizada sea coherente con su misión y valores.

2.5.3 Restricciones o riesgos asociados y alternativas de solución

Dificultad para obtener información del sector productivo, crear alianzas entre en Sena y el sector productivo.

Resistencia por parte del empresario a la entrega de la información y a trabajar conjuntamente en el desarrollo del portafolio de servicios del programa, se deben firmar clausulas de confidencialidad de la información entregada por las organizaciones.

Cambios bruscos en las variables del mercado que afecten el desarrollo de la propuesta técnica presentada a las Mypymes, se debe presentar un plan de contingencia ante los cambios.

Subjetividad en los diseños y aplicación de herramientas que pueden alterar los resultados de la investigación, se debe minimizar el impacto del sesgo estadístico creando instrumentos de evaluación objetivos y capacitando al encuestador en la toma de información valida y certera.

2.5.4. Productos o resultados del proyecto

1. Diagnóstico de mercado
2. Investigación de mercados
3. Plan de Mercadeo
4. Informe de evaluación del plan de mercadeo



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

2.6 Innovación/Gestión Tecnológica

El proyecto resuelve una necesidad del sector productivo?	SI
El proyecto mejora el proceso/producto/servicio existente?	SI
El proyecto involucra el uso de nuevas técnicas y tecnologías de proceso?	SI
Los productos finales son susceptibles a protección industrial y/o derechos de autor?	SI
Los productos obtenidos en el proyecto pueden ser posicionados en el mercado?	SI

2.7 Valoración Productiva

Con el desarrollo del proyecto se puede satisfacer la necesidad de un cliente potencial?	SI
Viabilidad de proyecto para plan de negocio?	SI

3. Planeación del proyecto

3.1. Fases del Proyecto	3.2. Actividades del Proyecto	3.3. Resultados de Aprendizaje Específicos, Transversales y Básicos (a partir del programa de formación)	3.4. Competencia Asociada
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610724 - RA2. INVESTIGAR MERCADOS TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN. 240H	260101061 - Formular el plan según objetivos y metodologías
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610726 - RA1. INTERPRETAR LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO A PARTIR DE RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO. 192H	260101061 - Formular el plan según objetivos y metodologías
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610731 - RA1. SELECCIONAR EL SEGMENTO DE MERCADO DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610779 - RA1 ANALIZAR EL CONTEXTO PRODUCTIVO SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610780 - RA2 ESTRUCTURAR EL PROYECTO DE ACUERDO A CRITERIOS DE LA INVESTIGACIÓN.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610781 - RA3 ARGUMENTAR ASPECTOS TEÓRICOS DEL PROYECTO SEGÚN REFERENTES NACIONALES E INTERNACIONALES.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610782 - RA4 PROPONER SOLUCIONES A LAS NECESIDADES DEL CONTEXTO SEGÚN RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	240201064 - Orientar investigación formativa según referentes técnicos
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610795 - RA2 ARGUMENTAR EN FORMA ORAL Y ESCRITA ATENDIENDO LAS EXIGENCIAS Y PARTICULARIDADES DE LAS DIVERSAS SITUACIONES COMUNICATIVAS MEDIANTE LOS DISTINTOS SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610796 - RA1 ANALIZAR LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN SEGÚN SUS CARACTERÍSTICAS, INTENCIONALIDAD Y CONTEXTO.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610797 - RA4 ESTABLECER PROCESOS DE ENRIQUECIMIENTO LEXICAL Y ACCIONES DE MEJORAMIENTO EN EL DESARROLLO DE PROCESOS COMUNICATIVOS SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL CONTEXTO.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
ANALISIS	2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	610798 - RA3 RELACIONAR LOS PROCESOS COMUNICATIVOS TENIENDO EN CUENTA CRITERIOS DE LÓGICA Y RACIONALIDAD.	240201524 - DESARROLLAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN EFICACES Y EFECTIVOS, TENIENDO EN CUENTA SITUACIONES DE ORDEN SOCIAL, PERSONAL Y PRODUCTIVO.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610727 - RA3. SELECCIONAR LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL TENIENDO EN CUENTA CONDICIONES DEL MERCADO. 144H	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610728 - RA1. CARACTERIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS SEGÚN SEGMENTO DE MERCADO. 240H	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610729 - RA2. PLANTEAR EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA MARKETING DE ACUERDO CON CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO DE MERCADO. 96H	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610730 - RA4. APLICAR ACCIONES DEL PLAN DE MERCHANDISING EN EL CANAL DE ACUERDO CON OBJETIVOS DE MERCADEO Y NORMATIVA.	260101050 - Definir el plan de merchandising según objetivos y técnicas de la promoción
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610735 - RA3. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. 96H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610736 - RA1. ESTRUCTURAR EL BRIEF DE COMUNICACIÓN SEGÚN ESPECIFICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SEGMENTO. 96H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610737 - RA2. ESTABLECER EL PLAN DE ACCIÓN DE ENDOMARKETING DE ACUERDO CON LA IDENTIDAD CORPORATIVA. 96H	260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610740 - RA2 ESTABLECER RELACIONES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y COMUNITARIO A PARTIR DEL BIEN COMÚN COMO APOORTE PARA EL DESARROLLO SOCIAL.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610741 - RA4 CONTRIBUIR CON EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA DE PAZ A PARTIR DE LA DIGNIDAD HUMANA Y LAS ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE CONFLICTOS.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610742 - RA1 PROMOVER MI DIGNIDAD Y LA DEL OTRO A PARTIR DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES ÉTICOS COMO APOORTE EN LA INSTAURACIÓN DE UNA CULTURA DE PAZ.	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610743 - RA3 PROMOVER EL USO RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES A PARTIR DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD ÉTICA Y NORMATIVA	240201526 - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE	610745 - RA2 INTERCAMBIAR OPINIONES SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES, PASADAS Y FUTURAS EN	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

	PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	SOCIALES ORALES Y ESCRITOS. 96H	CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610763 - RA2 PRACTICAR HÁBITOS SALUDABLES MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FUNDAMENTOS DE NUTRICIÓN E HIGIENE.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610764 - RA1 DESARROLLAR HABILIDADES PSICOMOTRICES EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610765 - RA4 IMPLEMENTAR UN PLAN DE ERGONOMÍA Y PAUSAS ACTIVAS SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA FUNCIÓN	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610766 - RA3 EJECUTAR ACTIVIDADES DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ORIENTADAS HACIA EL MEJORAMIENTO DE LA CONDICIÓN FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVO Y SOCIAL.	230101507 - GENERAR HÁBITOS SALUDABLES DE VIDA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS CONTEXTOS PRODUCTIVOS Y SOCIALES.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610771 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA PARA EL MANEJO AMBIENTAL Y EL CONTROL DE LA SST, DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE TRABAJO, COLABORATIVO, COOPERATIVO Y COORDINADO EN EL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610772 - RA1 ANALIZAR LAS ESTRATEGIAS PARA LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES LABORALES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y EL ENTORNO SOCIAL.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610773 - RA2 IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES Y DE LOS ACCIDENTES Y ENFERMEDADES DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA ORGANIZACIÓN.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610774 - RA3 REALIZAR SEGUIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL DESARROLLO DE LOS PLANES Y PROGRAMAS AMBIENTALES Y SST, SEGÚN EL ÁREA DE DESEMPEÑO.	220601501 - APLICAR PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS ORGANIZACIONALES Y LA NORMATIVIDAD VIGENTE.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE	610775 - 01- Reconocer el trabajo como factor de movilidad social y transformación vital con referencia a la fenomenología y a los derechos	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

	PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	fundamentales en el trabajo.	
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610776 - 03- Practicar los derechos fundamentales en el trabajo de acuerdo con la Constitución Política y los Convenios Internacionales.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610777 - 02- Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechos humanos y fundamentales en el trabajo.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610778 - 04- Participar en acciones solidarias teniendo en cuenta el ejercicio de los derechos humanos, de los pueblos y de la naturaleza.	210201501 - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610787 - RA1 IDENTIFICAR LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE ACUERDO AL CONTEXTO PRODUCTIVO.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610788 - RA3 VERIFICAR LAS TRANSFORMACIONES FÍSICAS DE LA MATERIA UTILIZANDO HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610789 - RA2 SOLUCIONAR PROBLEMAS ASOCIADOS CON EL SECTOR PRODUCTIVOS CON BASE EN LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
EJECUCIÓN	5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y DISTRIBUCIÓN	610790 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE ACUERDO CON LOS PRINCIPIOS Y LEYES DE LA FÍSICA.	220201501 - APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS DE LAS CIENCIAS NATURALES DE ACUERDO CON SITUACIONES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO Y SOCIAL.
EVALUACIÓN	6. EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADEO Y POLITICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610738 - RA2. VALIDAR LOS RESULTADOS DEL PLAN DE MERCADEO DE ACUERDO CON OBJETIVOS PROPUESTOS POR LA ORGANIZACIÓN. 96H	260101009 - Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales
EVALUACIÓN	6. EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADEO Y POLITICAS DE LA ORGANIZACIÓN	610747 - RA5 PRESENTAR UN PROCESO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA ACTIVIDAD EN SU QUEHACER LABORAL DE ACUERDO CON LOS PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS DESDE SU PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610739 - RA1. SELECCIONAR TÉCNICA DE EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA EL PLAN DE MERCADEO SEGÚN POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 96H	260101009 - Evaluar estrategias de mercadeo de acuerdo con objetivos comerciales



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610748 - RA6 EXPLICAR LAS FUNCIONES DE SU OCUPACIÓN LABORAL USANDO EXPRESIONES DE ACUERDO AL NIVEL REQUERIDO POR EL PROGRAMA DE FORMACIÓN. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610749 - RA4 IMPLEMENTAR ACCIONES DE MEJORA RELACIONADAS CON EL USO DE EXPRESIONES, ESTRUCTURAS Y DESEMPEÑO SEGÚN LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE FORMULADOS PARA EL PROGRAMA. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610767 - RA3 ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE MERCADO.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610768 - RA2 CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610769 - RA4 VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610770 - RA1 INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL.	240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610791 - RA3 EVALUAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610792 - RA2 APLICAR FUNCIONALIDADES DE HERRAMIENTAS Y SERVICIOS TIC, DE ACUERDO CON MANUALES DE USO, PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS Y BUENAS PRÁCTICAS.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610793 - RA4 OPTIMIZAR LOS RESULTADOS, DE ACUERDO CON LA VERIFICACIÓN.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
EVALUACIÓN	7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	610794 - RA1 ALISTAR HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC), DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	220501046 - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
INDUCCIÓN	1. CONTEXTUALIZAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL, DE ACUERDO CON LA POLÍTICA	610723 - RA APROPIAR CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL DEL SENA EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL DE	240201530 - Resultado de Aprendizaje de la Inducción.



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

		ACUERDO CON SU ROL PROYECTO DE VIDA Y DESARROLLO PROFESIONAL.	
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610725 - RA3. SELECCIONAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE ACUERDO CON POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	260101061 - Formular el plan según objetivos y metodologías
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610732 - RA2. APLICAR MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE ACUERDO CON TENDENCIAS DEL MERCADO. 96H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610734 - RA4. ESTABLECER EL PRESUPUESTO DE VENTAS DE ACUERDO CON POLÍTICAS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN. 96H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610744 - RA1 COMPRENDER INFORMACIÓN SOBRE SITUACIONES COTIDIANAS Y LABORALES ACTUALES Y FUTURAS A TRAVÉS DE INTERACCIONES SOCIALES DE FORMA ORAL Y ESCRITA. 48H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610783 - RA1 IDENTIFICAR MODELOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON LOS REQUERIMIENTOS DEL PROBLEMA PLANTEADO EN CONTEXTOS SOCIALES Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610784 - RA4 PROPONER ACCIONES DE MEJORA FRENTE A LOS RESULTADOS DE LOS PROCEDIMIENTOS MATEMÁTICOS DE ACUERDO CON EL PROBLEMA PLANTEADO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610785 - RA2 PLANTEAR PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
PLANEACIÓN	3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	610786 - RA3 RESOLVER PROBLEMAS MATEMÁTICOS A PARTIR DE SITUACIONES GENERADAS EN EL CONTEXTO SOCIAL Y PRODUCTIVO.	240201528 - Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
PLANEACIÓN	4. ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO	610733 - RA3. UTILIZAR ESTRATEGIAS DE PRECIOS EN EL PLAN DE MERCADEO A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN. 144H	260101059 - Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
PLANEACIÓN	4. ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN	610746 - RA3 DISCUTIR SOBRE POSIBLES SOLUCIONES A PROBLEMAS DENTRO DE UN RANGO VARIADO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES. 96H	240202501 - INTERACTUAR EN LENGUA INGLESA DE FORMA ORAL Y ESCRITA DENTRO DE CONTEXTOS SOCIALES Y LABORALES SEGÚN LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS POR EL MARCO

 Modelo de Mejora	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol Procedimiento Ejecución de la Formación PROYECTO FORMATIVO		

	MERCADEO		EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS.
PRODUCTIVA	8. APLICAR LOS CONOCIMIENTOS EN CONTEXTOS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO	609605 - APLICAR EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO, LOS CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y DESTREZAS PERTINENTES A LAS COMPETENCIAS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN ASUMIENDO ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS DE AUTOGESTIÓN	999999999 - RESULTADOS DE APRENDIZAJE ETAPA PRACTICA

3.5 Organización del proyecto			
3.5.1 No. Instructores requeridos	27	3.5.2 No. Aprendices sugeridos para participar en el proyecto	35
3.6 Descripción del ambiente de aprendizaje requerido			
Ambiente de aprendizaje con capacidad para 36 personas, mesas y sillas ergonómicas, propicios para el manejo de la comunicación asertiva, Ambientes simulados o reales para el entrenamiento del personal con elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente, Ambiente Virtual de aprendizaje: Sistema de gestión de aprendizaje (LMS), recursos educativos y biblioteca virtual			

3.7. Recursos estimados													
Actividades del proyecto	Duración (Meses)	Equipos / Herramientas				Talento Humano (Instructores)				Materiales de formación consumibles			
		Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total	Especialidad	Cant.	V. Unit.	V. Total	Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total
1. CONTEXTUALIZAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL, DE ACUERDO CON LA POLÍTICA INSTITUCIONAL	0.5					Instructor competencias claves y transversales, Instructor Tecnico, Profesional de desarrollo humano, Equipo de bienestar y liderazgo al aprendiz	1	\$ 1.116.350	\$ 1.116.350				
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6	Impresora laser	1	\$ 150.000	\$ 150.000								
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE	5.6	Televisor 75" pulgadas 4k ultra HD	1	\$ 100.000	\$ 100.000								



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES													
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6	Equipos de computo (portatil y de mesa)	32	\$ 100.000	\$ 3.200.000								
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6	Software especializado para analisis y procesamiento de información	32	\$ 120.000	\$ 3.840.000								
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6									Papel kraf	30	\$ 2.000	\$ 60.000
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6									Papel tamaño carta resma x 500 hojas	5	\$ 18.000	\$ 90.000
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6									Software estadística	1	\$ 300.000	\$ 300.000
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6									Marcadores permanentes	30	\$ 3.000	\$ 90.000
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6									Software georeferenciación	32	\$ 120.000	\$ 3.840.000
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6									Marcador borrable	24	\$ 3.000	\$ 72.000



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6									Marcador permanente	24	\$ 2.800	\$ 67.200
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6					Instructor Técnico de apoyo	1	\$ 3.104.676	\$ 3.104.676				
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6					Instructor de comunicación	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
2. CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO REALIZANDO UNA INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	5.6					Instructor Tecnico	1	\$ 3.104.676	\$ 3.104.676				
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5	Kit de desarrollar habilidades en visual Merchandising - Vitrinismo	30	\$ 120.000	\$ 3.600.000								
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5	Software especializado de gestión en el punto de venta	32	\$ 120.000	\$ 3.840.000								
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5									Cinta de enmascarar rollo 15mt x 19mm	35	\$ 2.800	\$ 98.000
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5									Marcador permanente	24	\$ 2.800	\$ 67.200
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE	5									paquete de papel iris R-190 colores	5	\$ 16.000	\$ 80.000



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META										surtidos x 20 hojas			
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5									Cinta de adhesiva transparente rollo 33mt x 12mm	35	\$ 3.000	\$ 105.000
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5									Marcador borrable	24	\$ 3.000	\$ 72.000
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5									Pegante liquido 150 gr	35	\$ 4.500	\$ 157.500
3. PREPARAR EL PLAN COMERCIAL Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO META	5									Cartulina surtida pliego	350	\$ 800	\$ 280.000
4. ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	4									papel kraf	30	\$ 2.000	\$ 60.000
4. ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	4						Instructor Matemáticas	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856			
4. ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO TENIENDO EN CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE	4						Instructor Tecnico, Profesional de mercadeo, Publicidad y Ventas.	1	\$ 2.790.000	\$ 2.790.000			
4. ESTIMAR LA DEMANDA POTENCIAL Y EL PLAN DE PRECIOS PARA EL SEGMENTO DE MERCADO	4						Instructor Bilinguismo	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856			



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

CUENTA LOS OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO													
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3									Papel silueta	30	\$ 1.000	\$ 30.000
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3									Pegante	10	\$ 3.500	\$ 35.000
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3									Resma de papel	1	\$ 8.000	\$ 8.000
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3					Instructor competencias bilinguismo	1	\$ 1.674.000	\$ 1.674.000				
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3					Instructor Tecnico, Profesional de mercadeo, Publicidad y Ventas.	1	\$ 11.160.000	\$ 11.160.000				
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3					Instructor transversal derechos fundamentales	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3					Instructor Cultura fisica	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3					Instructor Etica	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3					Instructor Ciencia Naturales	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	3					caja Colores	30	\$ 12.000	\$ 360.000				



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y													
5. ESTABLECER EL PLAN DE COMUNICACIÓN COMERCIAL DE ACUERDO CON ESTRATEGIAS DE PRODUCTO, PRECIO Y	3					Instructor SST	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
6. EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADEO Y POLITICAS DE LA	1.5					Instructor competencias bilinguismo	1	\$ 1.674.000	\$ 1.674.000				
6. EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADEO Y POLITICAS DE LA	1.5					Instructor de TIC'S	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
6. EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADEO Y POLITICAS DE LA	1.5					Instructor de emprendimiento	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856				
6. EVALUAR EL PLAN DE MERCADEO TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES DEL MERCADEO Y POLITICAS DE LA	1.5					Instructor Tecnico, Profesional de mercadeo, Publicidad y Ventas.	1	\$ 1.674.000	\$ 1.674.000				
7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	1.5									Cartulina	30	\$ 2.000	\$ 60.000
7. PARTICIPAR EN EL CICLO DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	1.5									Marcadores borrables	10	\$ 3.000	\$ 30.000
8. APLICAR LOS CONOCIMIENTOS EN CONTEXTOS REALES DEL SECTOR PRODUCTIVO	6					Instructor competencias claves y transversales, Instructor Tecnico, Profesional de desarrollo humano	1	\$ 2.790.000	\$ 2.790.000				

3.7.1 Detalle de los recursos estimados

Herramientas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
--------------	----------	----------------	-------------	----------------



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

Software especializado para análisis y procesamiento de información	32	\$ 120.000	\$ 3.840.000	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO
Software especializado de gestión en el punto de venta	32	\$ 120.000	\$ 3.840.000	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO
		Total:	\$ 7.680.000	

Equipos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
Kit de desarrollar habilidades en visual Merchandising - Vitrinismo	30	\$ 120.000	\$ 3.600.000	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO
Televisor 75" pulgadas 4k ultra HD	1	\$ 100.000	\$ 100.000	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO
Impresora laser	1	\$ 150.000	\$ 150.000	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO
Equipos de computo (portatil y de mesa)	32	\$ 100.000	\$ 3.200.000	MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO
		Total:	\$ 7.050.000	

Materiales	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
Papel silueta	30	\$ 1.000	\$ 30.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Marcadores borrables	10	\$ 3.000	\$ 30.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Software georeferenciación	32	\$ 120.000	\$ 3.840.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Resma de papel	1	\$ 8.000	\$ 8.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Pegante	10	\$ 3.500	\$ 35.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cartulina	30	\$ 2.000	\$ 60.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
papel kraf	30	\$ 2.000	\$ 60.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Marcador permanente	24	\$ 2.800	\$ 67.200	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

Cinta de adhesiva transparente rollo 33mt x 12mm	35	\$ 3.000	\$ 105.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Software estadística	1	\$ 300.000	\$ 300.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cinta de enmascarar rollo 15mt x 19mm	35	\$ 2.800	\$ 98.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Papel tamaño carta resma x 500 hojas	5	\$ 18.000	\$ 90.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Pegante liquido 150 gr	35	\$ 4.500	\$ 157.500	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Cartulina surtida pliego	350	\$ 800	\$ 280.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Marcador borrable	24	\$ 3.000	\$ 72.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
paquete de papel iris R- 190 colores surtidos x 20 hojas	5	\$ 16.000	\$ 80.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Marcadores permanentes	30	\$ 3.000	\$ 90.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
Papel kraf	30	\$ 2.000	\$ 60.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
		Total:	\$ 5.462.700	

Talento Humano	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Fuente Recurso
Instructor Tecnico, Profesional de mercadeo, Publicidad y Ventas.	1	\$ 1.674.000	\$ 1.674.000	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor competencias claves y transversales, Instructor Tecnico, Profesional de desarrollo humano	1	\$ 2.790.000	\$ 2.790.000	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Tecnico	1	\$ 3.104.676	\$ 3.104.676	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Tecnico, Profesional de mercadeo, Publicidad y Ventas.	1	\$ 11.160.000	\$ 11.160.000	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor de TIC'S	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Técnico de apoyo	1	\$ 3.104.676	\$ 3.104.676	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA

Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol

Procedimiento Ejecución de la Formación

PROYECTO FORMATIVO

Instructor Tecnico, Profesional de mercadeo, Publicidad y Ventas.	1	\$ 2.790.000	\$ 2.790.000	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor transversal derechos fundamentales	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Ciencia Naturales	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor SST	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor competencias claves y transversales, Instructor Tecnico, Profesional de desarrollo humano, Equipo de bienestar y liderazgo al aprendiz	1	\$ 1.116.350	\$ 1.116.350	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Bilinguismo	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Matemáticas	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Etica	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor competencias bilinguismo	1	\$ 1.674.000	\$ 1.674.000	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor de comunicación	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor Cultura fisica	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Instructor de emprendimiento	1	\$ 1.379.856	\$ 1.379.856	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
caja Colores	30	\$ 12.000	\$ 360.000	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL
		Total:	\$ 41.572.262	

4. Rubros presupuestales

Recurso	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Rubro presupuestal por el que se financiará el proyecto
Equipos	1	\$ 7.440.000	\$ 7.440.000	COMPRA MAQUINARIA EQUIPO
Materiales de Formación	1	\$ 12.518.900	\$ 12.518.900	MATERIALES PARA FORMACION PROFESIONAL



Modelo de Mejora

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol
Procedimiento Ejecución de la Formación
PROYECTO FORMATIVO

Talento Humano	2.200	\$ 30.500	\$ 67.100.000	HONORARIOS FORMACION PROFESIONAL
Total:			\$ 87.058.900	

5. Equipo que participó en la formulación del proyecto

Nombre	Especialidad	Nombre Centro	Regional
JOSE EFREN FRANCO	INSTRUCTOR TECNICO	CENTRO DE LA INDUSTRIA, LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS	REGIONAL HUILA
NIDIAN YISEL BARRERA	INSTRUCTORA TÉCNICA	CENTRO DE LA INDUSTRIA, LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS	REGIONAL HUILA
ANGELA ASTRID GARZON	EQUIPO PEDAGÓGICO	CENTRO DE LA INDUSTRIA, LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS	REGIONAL HUILA
MELISSA TORRES	INSTRUCTORA TÉCNICA	CENTRO DE LA INDUSTRIA, LA EMPRESA Y LOS SERVICIOS	REGIONAL HUILA